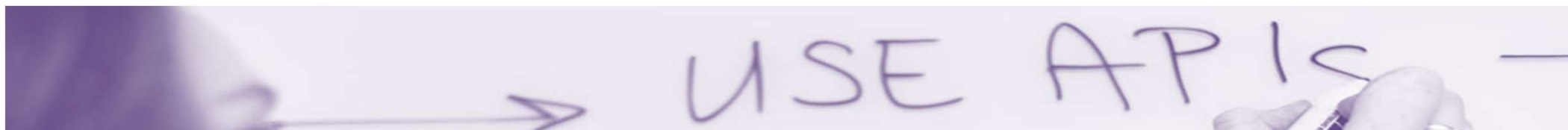




: LA REVUE DE PRESSE

#Juin20



L'Open Banking fait parler de lui !

Un coup d'accélérateur il y a 2 ans en matière de réglementation a conduit à une révolution au sein du secteur bancaire : l'Open Banking. En donnant accès aux utilisateurs finaux à tous les produits et services du marché proposés par l'ensemble des acteurs - banques traditionnelles, banques en ligne, Fintech et néo-banques, l'Open Banking est une révolution, à l'image de celle insufflée par la Data et l'IA.

Nous vous proposons une première revue de presse, qui sortira chaque début de mois, afin de vous éclairer sur l'actualité des API en France.

Restons API connectés et très bonne lecture !

Julien Bichon

Une idée d'article ou d'événement API, une remarque ? [Contactez-nous](#)

**BPCE RASSEMBLE LE SECTEUR
FINANCIER SUR LES API (p.2)**

On parle de
nous !

BENCHMARK DES PORTAILS API (p.3)

**QUELS ENJEUX POUR LES BANQUES
EN 2020 ? (p.8)**



*Les prochaines revues de presse comporteront
une liste des événements/webinars API à ne pas
manquer. Des idées ? Contactez-nous !*

Tandis que, dans la plupart des institutions financières, le concept de **banque ouverte** (« open banking ») ne parvient pas à dépasser son stade élémentaire, tel qu'il est inscrit dans la DSP2, **le groupe BPCE lance une initiative de place destinée à mettre en commun les expériences et faire progresser l'ensemble du secteur.**

Depuis plusieurs années, toutes les banques de l'hexagone – et, probablement, du monde entier – ont entamé des réflexions sur l'« **APIfication** » de leurs métiers, ses enjeux et ses défis, ses contraintes et ses implications... et ses opportunités, avec une préférence pour celles qui revêtent un aspect commercial. Pourtant, en dépit de tous les efforts déployés, les réalisations concrètes restent excessivement rares, au-delà de l'accès aux données de comptes et à l'initiation de paiement imposés par la réglementation européenne.

Dans ce contexte d'immobilisme, le « **Collectif API Thinking** » rassemble les établissements les plus importants – outre BPCE, BNP Paribas, Crédit Agricole, Crédit Mutuel Arkéa, Crédit Mutuel CIC, HSBC, ING, La Banque Postale, Société Générale... – ainsi qu'un assureur dans le but de structurer et accélérer un mouvement que tous pressentent critique pour l'avenir de l'industrie mais qui représente une telle révolution qu'il est extrêmement complexe à appréhender et à mettre en marche.

Lancement du collectif API Thinking

À ce stade, le principe semble être celui d'un **club de rencontre et d'échanges**, dont l'objectif consiste essentiellement à permettre aux différents participants de partager les leçons à retenir de leurs projets, leurs bonnes pratiques, leurs idées..., tout ce qui peut aider à faire progresser globalement la compréhension et l'adoption des API dans les banques françaises. Immédiatement, on prend conscience de la limite de l'exercice à la bonne volonté des membres et aux frontières de l'avantage concurrentiel.

Certes, l'origine des adhérents, principalement issus des directions informatiques ou « digitales » de leurs entreprises respectives, laisse entrevoir une focalisation d'abord sur les considérations techniques, qui devrait faciliter la transparence des contributions et des discussions. Cependant, dans ce cas, se pose une question de priorité : est-ce vraiment sur ce plan que les freins sont les plus marqués dans le développement de l'économie d'API ? Ou bien la vision « métier » devrait-elle primer ?

D'une manière générale, les usages doivent évidemment être identifiés et formalisés avant de se pencher sur les solutions et, dans le domaine des API, ils constituent bien, aujourd'hui, le point de blocage. Mais comme il est illusoire d'imaginer une collaboration entre pairs sur les applications, il peut tout de même exister un rôle utile à remplir pour le collectif : **en partant de l'hypothèse que toute la banque sera un jour exposée sous forme de services, il est nécessaire de mettre en place les modalités de cette généralisation, en termes d'outillage, de méthodologie, de standards (sectoriels)...**

Le 14 septembre dernier, les dispositions de sécurité de la Directive européenne sur les Services de Paiement numéro 2 (DSP2), notamment liées aux API, sont entrées en vigueur. Les banques européennes ont alors dû amorcer ou renforcer leur stratégie d'ouverture des données bancaires **en développant à minima trois API réglementaires : agrégation de comptes, initiation de paiement et couverture de solde**. Cela constitue le premier pas vers une logique d'Open Banking.

A l'aune de ce changement de paradigme qui s'insufflé au sein du marché bancaire, **nous avons souhaité mesurer l'appétence et la maturité des banques à s'inscrire dans une logique d'Open Banking et d'ouverture des données et services**.

Les questions suivantes se posent :

Les banques ont-elles amorcé leur stratégie Open Banking en enrichissant leurs portails d'API ?

Quelles stratégies d'ouverture les banques ont-elles mise en place ?

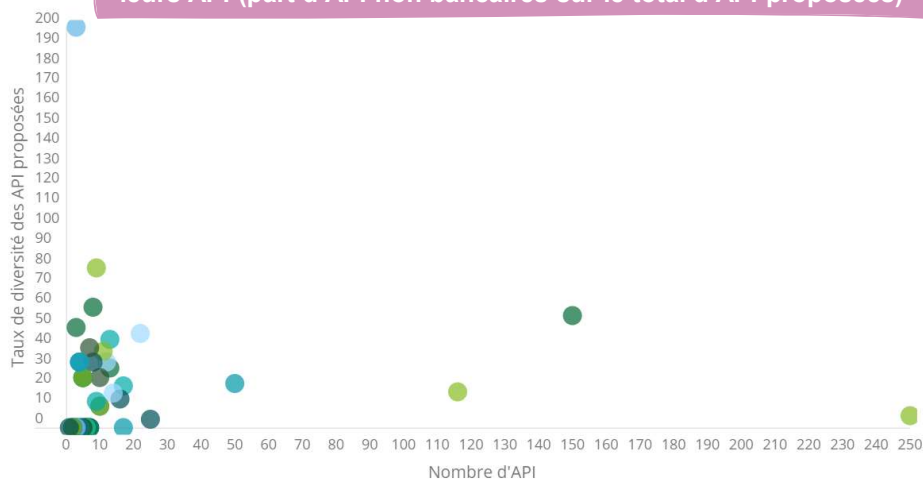
Se concentrent-elles sur l'exposition de services financiers, ou au contraire, cherchent-elles à étendre les services qu'elles proposent au-delà de leur cœur de métier ?



Afin d'apporter des réponses à ces problématiques, nous avons réalisé un **benchmark des portails d'API proposés par 53 banques mondiales**.



Nombre d'API que les banques exposent et taux de diversité de leurs API (part d'API non bancaires sur le total d'API proposées)



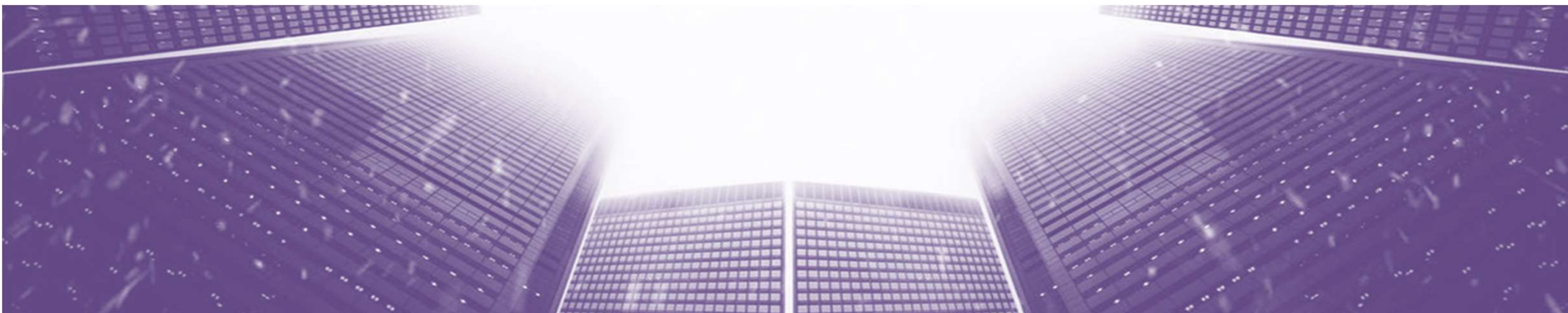
78% des banques ont commencé leur stratégie Open Banking, et proposent des API allant au-delà des API réglementaires DSP2

87% des API exposées par les banques sont bancaires

On observe **3 stratégies d'exposition d'API** :

- » **6%** des banques priorisent le nombre d'API exposées
- » **26%** des banques priorisent la diversité des API exposées
- » **26%** des banques priorisent les deux : le nombre et la diversité des API exposées

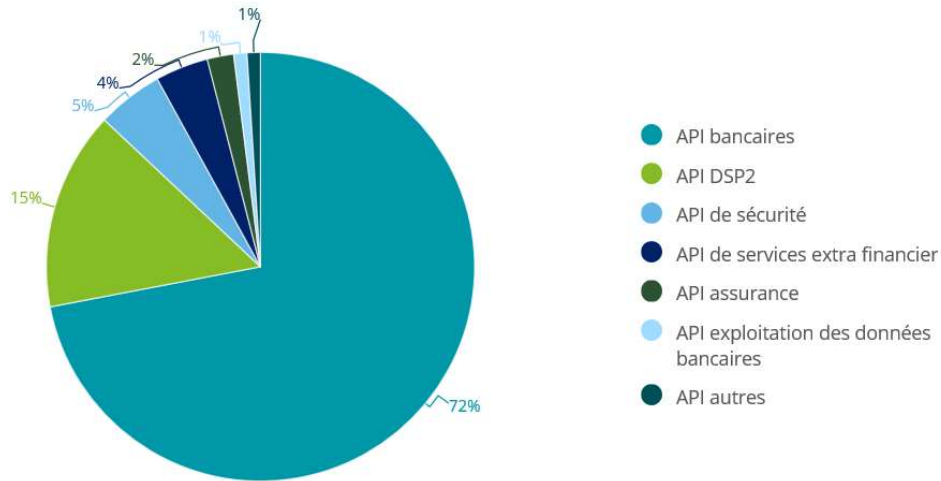
Les **42%** des banques restantes n'ont pas encore défini de stratégie clairement identifiable.



Les cas d’usage des API ont été étudiés selon 7 catégories

Catégories d’API	Fonctionnalités	Description
API bancaires	Localisation des agences, DAB, horaires des agences Informations sur les services bancaires Informations sur les comptes et les clients Information/utilisation de moyens de paiement Aide au pilotage de l’activité financière Information et gestion des investissements/épargne Commerce international Informations sur les crédits	Infos sur la localisation des DAB, horaires d’ouverture agence, prise de RDV Infos sur les produits bancaires, le temps nécessaire pour ouvrir un compte, etc. Infos relatives au profil du client, aux param. de comptes, aux souscription de produits Mise à disposition de moyens de paiement et infos relatives à leur utilisation Représentation des dépenses, catégorisation, notification, alertes, modifications, etc. Infos sur les taux du marché, produits d’invest, aide à l’ouverture/gestion d’épargne, etc. API spécialisées dans le trade finance Evaluation de l’éligibilité des clients, consultation des grilles de taux, etc.
API DSP2	Consultation des comptes de paiement Initiation de paiement Couverture de solde Autres	AISP PISP CBPII Authentification TPP, certificats eIDAS, etc.
API de sécurité	Identification, consentement des clients Anonymisation des données, sécurisation des échanges Vérification d’identité, aide à la souscription	Mécanisme d’authentification des clients, de récolte des consentements des clients, etc. Modules de KYC, briques d’aide à la souscription
API de services extra financier	Fidélité, bons plans, réductions Services d’aide au marketing et activités commerciales Secteurs d’activités non financiers Fonctionnalités technologiques	Paiements en points de fidélité, réductions, cartes cadeaux, etc. Identification d’opportunités client, leads commerciaux, plateformes de réseau sociaux Données météo, services de covoiturage, etc Modules OCR, de visio conférence, dédié à la connectivité avec une blockchain, etc.
API Assurance	Informations assurances	Informations sur les polices d’assurance, simulations de primes, etc.
API exploitat. des données bancaires	Statistiques tirées des données bancaires	Calcul de stat. démographiques, tendances et comportements par profil, zone géo
API autres	Autre	API techniques dédiées aux développeurs

Répartition des API selon leurs fonctionnalités



Les API sont très majoritairement bancaires. Certaines banques développent leur stratégie Producteur Open Banking avec une diversification de leurs API.

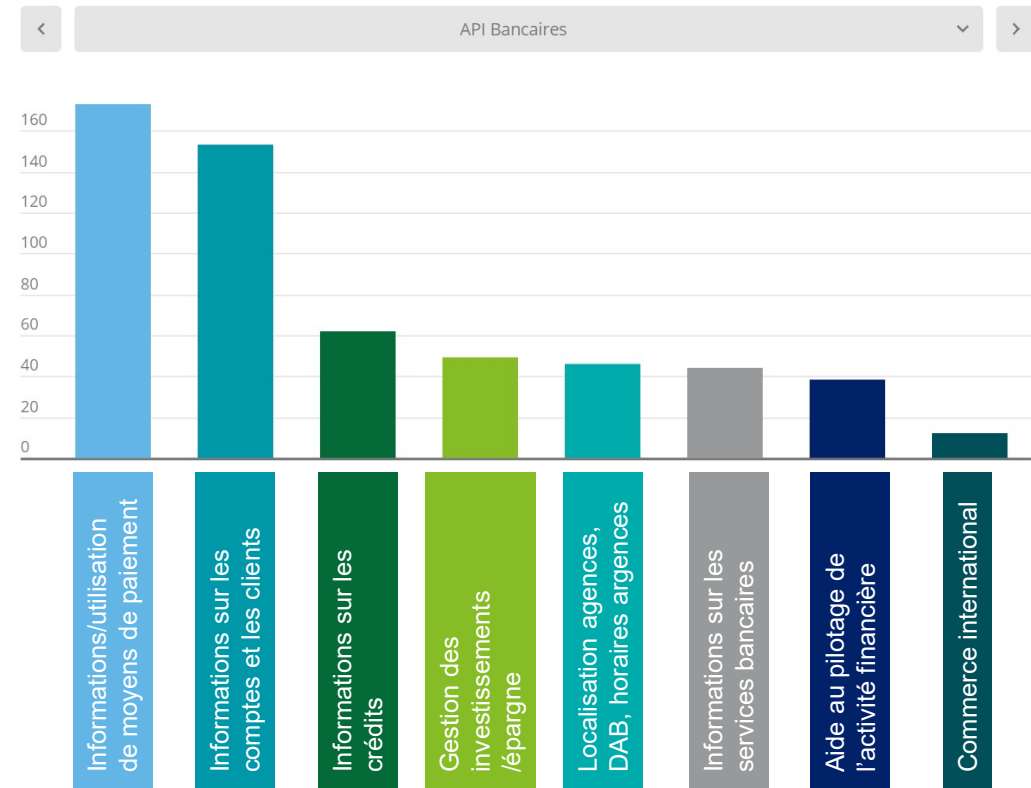
86% des API proposées sont bancaires et proposent des services :

- » Réglementaires DSP2 (agrégation de compte, consultation de solde, initiation de paiement)
- » Moyens de paiement
- » Informations sur les comptes, les banques...

Certaines banques ont commencées leur stratégie Open Banking et ont diversifié leurs catalogues d'API :

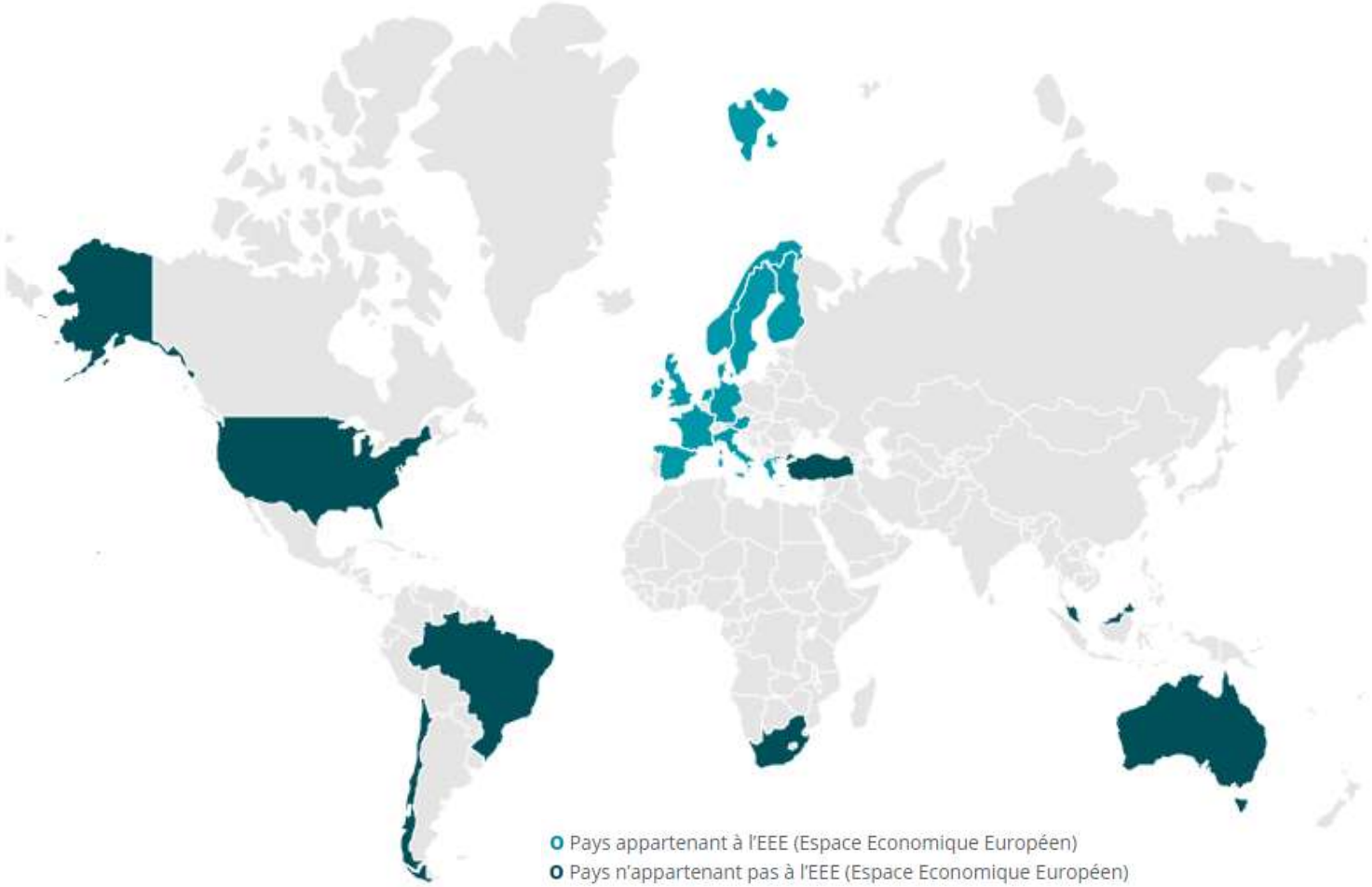
- » Informations sur les assurances
- » Programmes de fidélité
- » Analyse de données à des fins statistiques, marketing, etc.
- » Vérification de l'identité, etc.

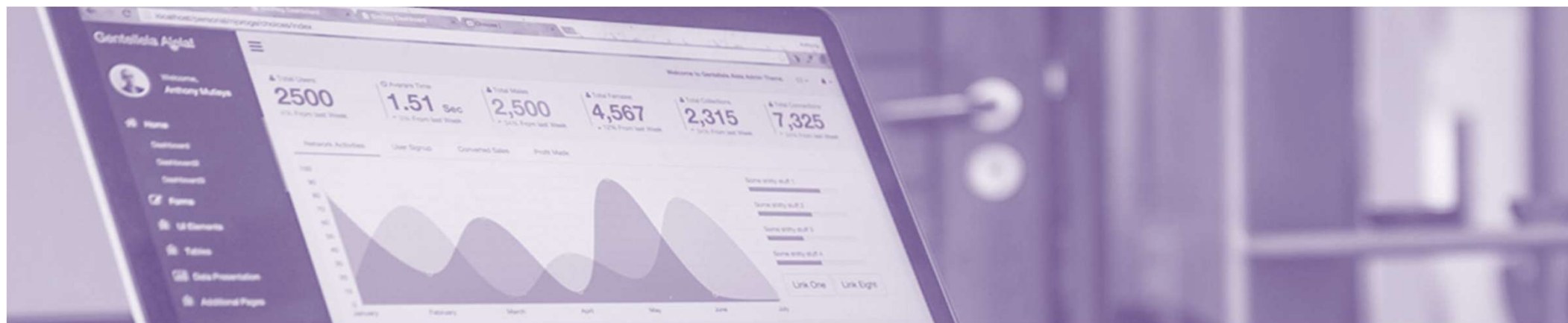
Nombre d'API par type de service



% Pourcentage d'API par fonctionnalité par catégorie

70% des banques analysées proviennent de l'Espace Economique Européen, zone dans laquelle la DSP2 est applicable





Si le secteur de la banque et de l'assurance a longtemps été réticent au partage de données, l'Open Banking vient aujourd'hui rebattre les cartes du domaine. Une opportunité pour les banques ? Éléments de réponse.

- » Depuis septembre 2019, **les banques sont tenues de partager certaines de leurs données clients à leurs concurrents**, banques, néo-banques et fintech.
- » L'objectif est de **dynamiser la concurrence** et de **faire émerger de nouveaux services innovants** pour les consommateurs.
- » Le secteur commence sa recomposition : début 2020, **Visa a annoncé le rachat de la fintech Plaid, pionnière des technologies de l'Open Banking**, pour près de 5 milliards d'euros

Le big bang bancaire n'a pas eu lieu. Ou pas encore. En septembre 2019, **la directive européenne DSP2 entrait en vigueur, obligeant les banques à ouvrir certaines de leurs données** y compris à leurs concurrents. Six mois plus tard, le marché n'a pas été "dynamité" comme certains le prophétisaient. **Mais il entre bien dans une phase de recomposition.**

De nouvelles collaborations pour les banques françaises

Longtemps frileuses, **les banques françaises mesurent désormais les apports de l'Open Banking pour leur propre activité** et investissent pleinement dans le domaine. Fait nouveau : **elles n'hésitent plus à collaborer avec les nouveaux acteurs du marché.** "Elles ont pris conscience que si elles ont l'obligation de fournir des données, l'Open Banking leur permettait également d'en acquérir de nouvelles." explique Jérôme Albus, Regional Director de Tink. La startup suédoise travaille avec BNP Paribas en Belgique et en Italie sur l'agrégation des comptes, l'initiation des paiements et la gestion des finances personnelles. De son côté, **la Société Générale a racheté, dès 2018, la startup Treezor** afin de se renforcer sur les services à destination des autres FinTechs.

Des banquiers confiants, mais...

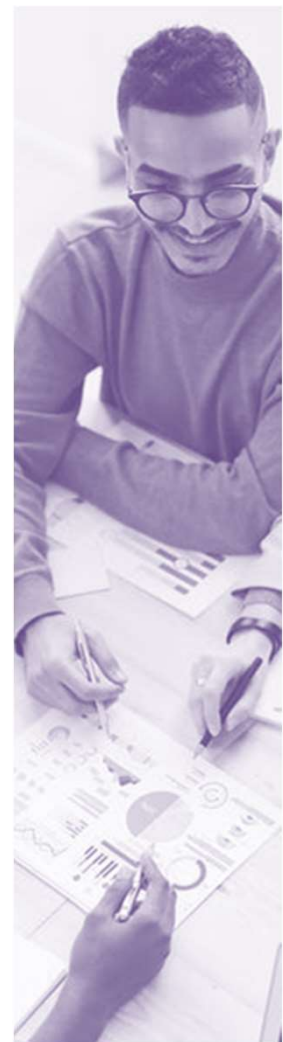
Avec pas moins de 350 FinTechs et un écosystème très dynamique, **la France se positionne comme un des leaders sur le sujet.** Une situation qui amène les banquiers français à se montrer confiants. Ainsi, 45% d'entre eux voient dans l'Open Banking une opportunité pour développer de meilleurs services numériques.

Pour 34% d'entre eux, elle représente également un moyen d'offrir des services plus personnalisés à leurs clients. Pour autant, 76% d'entre eux pensent que l'Open Banking va réduire la fidélité des clients vis-à-vis de leurs banques. Fantasma ou réalité ?

De nouveaux services en perspective

Sur le papier, l'Open Banking apporte de formidables opportunités au secteur bancaire. Meilleure connaissance client, optimisation du parcours des utilisateurs, simplification des processus bancaires... autant de choses rendues possibles par la libération de la donnée. Un exemple probant est celui de Qonto, néobanque française s'adressant principalement aux entrepreneurs et TPE. S'appuyant sur sa connaissance pointue du marché, **cette dernière agrège différents produits bancaires et parabancaires qu'elle achète en marque blanche à d'autres acteurs.** Une situation qui lui permet d'adresser à ses clients une **palette de service complète** (gestions des dépenses, comptabilité, assurance...), le tout dans une application intuitive et à l'UX liché. D'autres domaines comme **la sécurité ou la lutte contre la fraude sont aussi impactés.**

“ On peut par exemple imaginer un outil qui permettrait à un particulier de certifier ses données bancaires afin de lutter contre de potentielles usurpations d'identités lors de la prise d'un abonnement téléphonique par exemple. Côté retailer, cela pourra permettre de sécuriser une transaction en s'assurant que le client est bien en mesure de payer en plusieurs fois au vu de ses habitudes financières ”, explique encore Jérôme Albus.



Ne pas rater le virage de l'Open Banking

Pour Yves Blavet, Head of Open Banking à la Société Générale, **la principale menace réside dans le manque de réactivité des banques traditionnelles face à l'Open Banking.**

“Si la taille des banques traditionnelles ne s'est pas réduite, les nouveaux acteurs captent aujourd'hui une grande partie des nouvelles créations de comptes, souligne-t-il. Ces derniers ne se pensent d'ailleurs plus comme des banques, mais comme des plateformes offrant des solutions bancaires et parabancaires [...] Le risque pour les banques traditionnelles est de ne pas être assez préparées et de perdre le contrôle de la relation client, que ce soit via les réseaux physiques ou le marketing digital. ” **Bref, de se faire désintermédiaire.** Et pour éviter cela, les banques vont devoir se transformer.

Pour cela, **4 choix s'offrent à elles :**

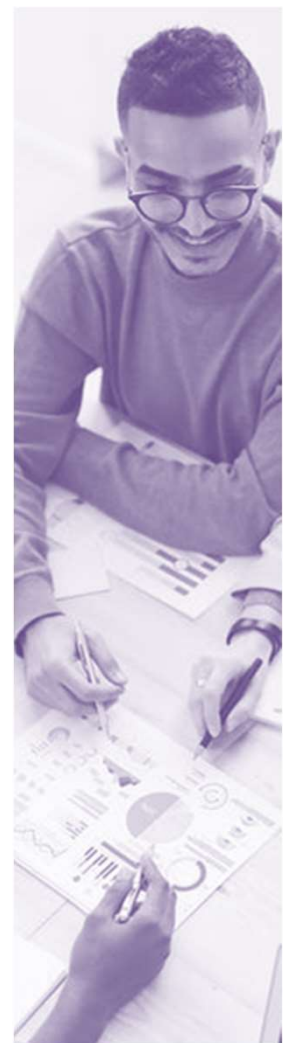
- » Se transformer en **intégrateur de service bancaire.**
- » **Distribuer ses produits** en mode Bank as a Service (BaaS)
- » **Acheter et vendre des services bancaires à des tiers** en mode Bank as a Platform (BaaS)
- » Continuer sur les métiers existants en **capitalisant sur la donnée client.**

Et demain, les GAFA ?

Si l'Open Banking est une tendance encore récente, **elle s'inscrit néanmoins sur la durée.** L'arrivée quasi quotidienne de nouveaux acteurs sur le marché combinés aux investissements massifs devraient même accentuer l'importance du sujet dans les années à venir. **Et les banques traditionnelles ont encore fort à faire sur le sujet.**

“Beaucoup d'analystes ont prédit que les FinTechs et l'Open Banking seraient une vague déferlante dans le monde de la banque et de l'assurance. La réalité montre que si ce constat est vrai, il prendra davantage la forme d'une vague de fond [...], tempère Yves Blavet. Les banques qui persisteront dans leurs modèles sont promises à des lendemains difficiles. Elles doivent dès aujourd'hui commencer à se transformer en plateformes de services, notamment en permettant à d'autres acteurs d'acheter leurs produits en fonctions de leurs besoins.”

D'autres acteurs pourraient eux aussi s'engouffrer dans la brèche de l'Open Banking. Si l'on pense aux GAFA et aux BATX, qui multiplient les initiatives dans le secteur bancaire, **le champ des possibles est en réalité bien plus large, prévient Jérôme Albus.** “À terme, l'Open Banking devrait se transformer en Open Financing. Cela se traduira par une ouverture aux assurances, aux retailers et plus globalement à toutes les entreprises qui ont cœur d'améliorer leurs parcours clients, leurs programmes de fidélité...”





PARTENAIRE PREMIUM

